**ЗАЯВКА**

на участие студентов и выпускников последних пяти лет в областном конкурсе на лучший предпринимательский молодежный проект «Свое дело»

Наименование: ГБПОУ «КПГТ»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Ф.И.О. автора работы (полностью) | Номинация | Тема конкурсной работы | Ф.И.О. руководителя работы (полностью), должность, категория  сот. телефон |
| 1. | Лобанов Илья Евгеньевич | «Лучший бизнес-проект» | Точка по продаже «Кофе с собой» | Хусаинов Варис Галимжанович, преподаватель 1 категории, 89026154152 |

|  |  |
| --- | --- |
| Директор ГБПОУ «КПГТ»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись) | \_\_\_\_\_Т.А.Гвоздева\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (Ф.И.О.) |
| МП |  |
| «\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |

Бизнес-план: точка по продаже «кофе с собой»

230 000 ₽

Стартовые вложения

280 000 ₽

Выручка

139 000 ₽

Чистая прибыль

3-6 мес.

Срок окупаемости

«Кофе с собой» – это бизнес, который растет на волне потребления кофе в России. Рассмотрим, во сколько обойдется открытие кофейной точки, выясним, как найти место под аренду кофе и посчитаем прибыль.

Кофе является популярным напитком, и с каждым годом его потребление растет. В России развивается культура потребления кофе. Все больше людей предпочитают пить кофе вне дома. По данным IndexBox Russia, объем потребления кофе ежегодно увеличивается на 30-50%.

Еще одно доказательство, что кофе сегодня популярно – рост количества потребляемого кофе на душу населения. Если в 2001 году на одного россиянина приходилось 400 грамм кофе в год, то сейчас этот показатель составляет 1,35 кг кофе в год. Тем не менее, рынку есть, куда расти. В европейских странах на человека приходится от 6 до 12 кг кофе в год.

С современным ритмом жизни наиболее актуальным становится формат «кофе с собой». В 2016 году «кофе с собой» захватил мегаполисы, а в настоящее время распространился по всей стране. Кофейные точки приживаются даже в небольших городах.

Социальный опрос, проведенный Magram Market Research, показал, что 57% россиян обязательно покупают стаканчик кофе по пути на работу или учебу. Средний возраст покупателей – от 24 до 44 лет. При этом каждодневные покупки совершают 22% респондентов, а 48% пьют кофе в стаканчиках один-два раза в неделю.

Статистика кофейного рынка доказывает, что «кофе с собой» как бизнес - достаточно выгодная идея, которая подойдет начинающему предпринимателю. Для старта вам потребуются минимальные вложения. Стоимость открытия одной торговой точки составляет 100-350 тыс. рублей, в зависимости от выбранного оборудования. Из чего складывается такая сумма и как открыть бизнес «кофе на вынос»?

1. Анализируем местный рынок «кофе с собой»

Прежде чем предпринимать активные действия по открытию бизнеса, нужно оценить рынок, в котором мы планируем работать. Не нужно заказывать маркетинговое исследование – мы можем самостоятельно провести общий анализ. На что следует обратить внимание:

* **Изучаем уровень конкуренции в нашем городе.** Кто ваши основные конкуренты и где они расположены?
* **Проводим опрос в нашем городе и определяем места, где сосредоточена наша целевая аудитория.** Мы поймем, стоит ли вообще реализовывать эту бизнес-идею. Изучив вкусовые предпочтения наших потенциальных потребителей. На основе собранной информации нам будет проще сформировать ассортимент напитков;
* **Рассмотрим предложение конкурентов**: какие напитки и дополнительные товары они предлагают, какие фишки применяют, как рекламируют свое заведение? Так мы сможем учесть чужой опыт, переняв удачные решения и исправив ошибки;
* **Составим портрет нашей целевой аудитории (возраст, род занятия, интересы).** Это поможет сформировать привлекательное предложение и подскажет, где искать своего потребителя;
* **Посмотрим, что происходит в сегменте «кофе с собой» за рубежом.** Там можно подсмотреть новые идеи и бизнес-модели.

***Преимущества и недостатки бизнеса «кофе на вынос»***

|  |  |
| --- | --- |
| **ПРЕИМУЩЕСТВА** | **НЕДОСТАТКИ** |
| * высокий спрос на «кофе с собой»; * быстрая окупаемость вложений; * минимальные вложения; * бизнес подходит начинающему предпринимателю; * высокая рентабельность 60%; * бизнес может разместиться на площади до 10 кв.м.; * простой процесс открытия и ведения бизнеса | * высокая конкуренция в в сфере; * крайне высокая зависимость бизнеса от правильно выбранного места; * предприниматель должен обладать определенными навыками и знаниями в области приготовления кофе; * высокая текучка кадров; * сезонность спроса на кофейные напитки |

2. Выбираем место для кофейной точки

Одним из самых важных этапов при открытии точки «кофе с собой», от которого зависит примерно 80% успеха, является выбор расположения. Торговля в таком формате успешна за счет спонтанных продаж: «увидел – купил». От грамотно выбранного места зависит количество чеков, т.е. прибыль нашего бизнеса. Кофе в бумажном стаканчике стоит в среднем 100 рублей – цена небольшая, поэтому доход формируется за счет количества продаж.

Поэтому нужно подобрать место с большим потоком пешеходов, среди которых много нашей целевой аудитории. Выбор удачного места для «кофе с собой» - это стратегия рыбы-прилипалы, которая питается тем, что добывает и оставляет после себя хищник. Проще говоря, мы должны “прилипнуть” к источнику трафика.

Самые подходящие места для кофейной точки «кофе с собой»:

* остановки общественного транспорта и станции метро;
* пешеходные переходы и крупные перекрестки;
* парки, набережные, скверы, пешеходные улицы;
* территории рядом с бизнес-центрами, учебными заведениями, торговыми центрами;
* сами торговые центры и бизнес-центры;
* аэропорты, вокзалы, привокзальные площади.

Самое важное, что стоит иметь в виду: количество пешеходов - это не ключевой показатель. Ключевой показатель - это количество проходящих людей, готовых в этом месте покупать кофе. А по этому параметру локации очень сильно различаются. Далее рассмотрим плюсы и минусы различных вариантов размещения точки с позиции наиболее выгодных источников трафика.

Для размещения нашей точки «кофе с собой» мы выбираем помещение лыжной базы.

В зимнее время здесь проходят различные соревнования по лыжам, дети катаются с горочек на санках, пожилые люди гуляют по тропе здоровья. А летом проходят тренировки по велокроссу и лыжероллерам, а также и соревнования местного и областного значения. Уфалейцы идут в лес отдыхать, собирать грибы и ягоды, а также, купаются на местной речке. Рядом с лыжной базой находятся два садовых кооператива «Урал» и «Машиностроитель». После прогулок на свежем воздухе, соревнований и тяжелого труда на земле, тратится много калорий и многие захотят зарядиться кофе и свежей булочкой.

3. Решаем юридический вопрос

Первый этап – регистрация бизнеса. Для открытия кофейной точки будет достаточно ИП. Чтобы понять, какой код ОКВЭД указать при регистрации, следует определить, к чему относится бизнес. «Кофе с собой» относится к сфере общественного питания. Поэтому код ОКВЭД, который следует указать: 56.10.21 - «Деятельность предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос». Также можно включить дополнительные коды: 47.9 - Торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков и 47.25.2 - Торговля розничная безалкогольными напитками в специализированных магазинах

Чтобы [зарегистрировать ИП](https://www.openbusiness.ru/biz/business/kak-otkryt-ip-v-2019-godu-i-chem-eto-grozit-osnovnye-voprosy-i-otvety/), потребуется минимальный набор документов: паспорт, заявление по установленной форме и чек, подтверждающий уплату гос. пошлины в размере 800 рублей. В течение 3-х рабочих дней нам выдадут свидетельство и лист записи. Для дальнейших действий нам потребуется иметь на руках свидетельство о регистрации, ИНН и выписку из ЕГРИП.

Следующий этап – выбор системы налогообложения. Для формата такой торговой точки лучше всего подойдет ЕНВД «Оказание услуг общественного питания через объекты организации общественного питания, не имеющие залов обслуживания посетителей». Физическим показателем для расчета налога будет количество работников, включая предпринимателя, с базовой доходностью 4500 рублей в месяц.

Следующий этап – самый сложный, потому что включает в себя сбор всей разрешительной документации. Несмотря на отсутствие кухни и посадочных мест, заведение «кофе на вынос», с точки зрения закона, относится не к торговле, а к общепиту. Потому что напитки, которые вы продаете, готовятся на месте. И с вас будет спрос такой же, как для любого общепита.

**Чтобы получить разрешение, в Роспотребнадзор необходимо представить следующий пакет документов:**

* документы, удостоверяющие регистрацию ИП: свидетельство о регистрации, ИНН, выписка из ЕГРИП;
* договор на аренду помещения или документ, подтверждающий право собственности на торговое помещение;
* гигиенические заключения и сертификаты качества на всю продукцию (предоставляются поставщиками продукции);
* заключение СЭС;
* санитарные книжки персонала;
* договора с обслуживающими службами (вывоз мусора, пожарная служба, коммунальными службами, проведение дезинфекции помещения);
* лицензия на осуществление розничной торговли (действует 1 год);
* патент на ведение торговой деятельности (выдается в районном муниципалитете);
* санитарный паспорт объекта – документ, где регистрируются проводимые работы, которые призваны обеспечить выполнение санитарных правил. Санитарный паспорт оформляется в ТУ Роспотребнадзора;
* перечень реализуемой продукции;
* банковские реквизиты компании, заверенные подписью и печатью;
* заключение налоговой инспекции о постановке на учет кассовых аппаратов (обращаем внимание, что при налоге ЕНВД вы можете не применять ККТ, но по требованию покупателя обязаны выдать ему товарный чек или квитанцию);
* внутренние документы (устав, журнал по технике безопасности, технологические карты).

С точным перечнем документов можно ознакомиться, обратившись в местный отдел Роспотребнадзор или на сайте rospotrebnadzor.ru.

Не забудем, что в нашей торговой точке должен быть уголок потребителя. Если при проверке его не обнаружат, нам предъявят штраф в размере от 10 до 30 тыс. рублей.

**В уголке потребителя должны быть:**

* Текст закона «О защите прав потребителей»
* Книга отзывов и предложений
* Данные о регистрации бизнеса

Уголок потребителя можно приобрести готовым комплектом через интернет, а также заказать услуги специалиста, который сможет заполнить бумаги и проверить все формальности. Если мы собрали всю необходимую документацию, можно считать, что мы открыли бизнес. Выбор подходящего помещения и юридическая часть в данном случае самые сложные этапы.

4. Приобретаем оборудование для точки “кофе с собой”

Главное оборудование для точки с продажей кофе – это, конечно, кофейная машина. От него зависит качество нашей продукции.

* **Кофемашина.** Подберите хороший, надежный аппарат, имеющий различные встроенные функции. Лидерами в производстве кофейных аппаратов признаны Италия и Швейцария. Начальная цена такого оборудования составляет 160 тыс. рублей. Но для начала можно выбрать что-то попроще без ущерба качеству. Качественный кофейный аппарат будет стоить от 80 тыс. рублей. При выборе обратите внимание, что объем бака в аппарате был не менее 8 литров. Также аппарат должен вмещать одноразовые стаканчики объемом не меньше 400 мл.
* **Кофемолка.** Не все профессиональные кофемашины оснащены функцией перемола зерен. Поэтому нам может понадобиться кофемолка. Ее стоимость составит около 10 тыс. рублей.
* **Небольшой холодильник.** Для хранения молочной продукции понадобится мини-холодильник. Стоимость такого оборудования составит 10-15 тыс. рублей.
* **Одноразовая посуда.** Для услуги «кофе на вынос» нужны бумажные стаканчики. Выигрышным вариантом будут стаканчики с брендовой символикой или необычным дизайном. Но за такие вещи придется заплатить больше. Цена 100 стандартных стаканов объемом 300 мл составляет 135 рублей. Добавьте к ним пластиковые крышки, удобные держатели-переноски, размешиватели, салфетки и т.п. На это придется затратить около 2000 рублей.

Помимо этого нам потребуется мерная посуда, стойка, за которой будут готовить кофе, полки, стол. Помещение позволяет, поэтому можно сделать несколько столиков с барными стульями, где посетители могут выпить кофе. Таким образом, дополнительные расходы составят 20-50 тыс. рублей.

При решении вопроса с оборудованием опытные предприниматели советуют не впадать в перфекционизм и не раскидываться деньгами ради брендов. Тот же совет, касается, кстати, и вопроса оформления торговой точки. Дизайн точек “кофе с собой” мало кого интересует.

5. Закупаем расходные материалы

Бизнес будет успешным, если мы предложим потребителям вкусный напиток. Это возможно только при закупке качественного сырья: зернового кофе, питьевой воды, свежего молока, топпингов, сиропов и других продуктов.

Неожиданно, но вкус кофе на 70% зависит от качества воды. Лучше брать мягкую воду – свежую, прозрачную, безвкусную, с минимальной минерализацией. Чтобы определиться с поставщиком, почитаем тематические форумы и отзывы других предпринимателей, в среднем, в день нам потребуется 50-60 литров воды.

Как выбрать поставщика кофе? Оптовой продажей кофейных зерен занимается множество компаний. Чтобы не заблудиться в названиях и выбрать достойного поставщика, обращаем внимание на несколько основных параметров.

**Параметры для выбора поставщиков кофе:**

* **цена**. В среднем, 1 кг кофе в зернах будет стоить 1000 рублей. Из 1 кг кофейных зерен получится приготовить около 120 чашек напитка;
* **ассортимент продукции и возможные объемы поставок.** Если мы небольшая торговая точка, то нам нет смысла делать крупные закупки. Поэтому ищем поставщиков, которые работают с небольшими заказами;
* **гарантии, которые поставщик может предоставить**. Обговорим вопросы возврата или обмена товара, сроков обработки претензий и прочие моменты, которые могут возникнуть при каких-либо нарушениях;
* **местоположение поставщика**. Этот фактор влияет на скорость и стоимость доставки. Чем ближе поставщик находится к нам, тем лучше. Потому что транспортные расходы в большинстве случаев ложатся на заказчика, то есть на нас;
* **условия оплаты**. Обязательно уточняем, как работает поставщик: с предоплатой или есть возможность отсрочки платежа.

Главное требование к поставщикам – своевременная поставка качественной и свежей продукции. При этом вся продукция должны соответствовать требованиям ГОСТов и иметь сертификаты качества.

Для приготовления кофе перечисленные категории поставщиков являются основными. Также не забудем о том, что нам нужно закупать молоко и взбитые сливки, различные топпинги (орехи, кокосовая стружка, соленая карамель), сахар в пакетиках, сиропы. Можно найти поставщика, который сможет осуществлять комплексные поставки всей этой мелочи. В месяц небольшая кофейня будет потреблять сырье общей стоимостью примерно 50 тыс. рублей.

Также неплохо, если в нашей кофейне клиент сможет приобрести какую-нибудь выпечку или что-то сладкое. Чаще всего десерты и различные хлебобулочные изделия поставляются кофейням в замороженном виде, а кофейням остается лишь разогреть их и добавить сироп. Найти поставщиков проще все по целевым запросам в поисковиках вроде “замороженная выпечка мелким оптом”, “оптовые поставщики выпечки” и т. п.

6. Подбираем персонал точки “кофе с собой”

Для функционирования точки с услугой «кофе на вынос» потребуется минимальное количество персонала. На первых пора предприниматель сам может выполнять все функции, чтобы сэкономить на зарплате. Позже он может отойти от обслуживания клиентов и заниматься только документами: бухгалтерией, отчетами для налоговых органов, договорами с поставщиками и т.д.

Для успешной кофейни, даже в формате «кофе с собой», бариста обязательно должен разбираться в типах напитков и знать, что входит в состав каждого типа, представленного в ассортименте. Он должен обладать навыками продаж, быть вежливым, аккуратным, чтобы поддерживать свое рабочее место в чистоте. И не забудьте о наличии санитарной книжки.

Если планируем нанять сотрудника, предусматриваем для него сдельную оплату труда. Это позволит нанять хорошего специалиста, мотивировать его на активные продажи и убережет нас от риска хищения продуктов. Для общепита эта угроза очень актуальна.

7. Привлекаем клиентов

Для начала нужно составить портрет нашей целевой аудитории. Это будут люди до 17 до 40 лет. Поскольку продажи кофе обычно импульсивные, главной рекламой будет выступать удачное расположение. Что еще нужно делать, чтобы сделать свой бизнес популярным?

* Яркая наружная реклама: вывеска, указатель, доска с меню, вывешенная на фасаде здания
* Продвижение через социальные сети;
* Проведение различных акций (скидки, спец. предложения, купоны на разовую скидку, конкурс в рамках социальной сети, акция «пятый кофе в подарок» и т.д.);
* «Сарафанное радио» - для такого формата, как «кофе с собой», этот способ тоже работает. Поэтому позаботимся о том, чтобы наш кофе был вкусным. Тогда «сарафанное радио» станет методом продвижения, а не снижения деловой репутации.

8. Считаем расходы точки “кофе с собой”

Определяем, сколько денег потребуется, чтобы открыть точку «кофе с собой» и какими будут ежемесячные затраты на бизнес. Объединяем всю информацию и получаем такие цифры: для открытия точки нужны первоначальные вложения в размере 230 тыс. рублей, а ежемесячные траты составят примерно 151 тыс. рублей. Так как в Верхнем Уфалее практикуется субсидирование на развитие бизнеса до 250000 рублей, то будем надеяться, что субсидия покроет наши первоначальные вложения.

***Первоначальные вложения (средние показатели)***

|  |  |
| --- | --- |
| **СТАТЬЯ ЗАТРАТ** | **СУММА, РУБ.** |
| Закупка оборудования | 100 000 |
| Покупка сырья для работы | 100 000 |
| Аренда помещения в первый месяц работы | 15 000 |
| Регистрация бизнеса | 15 000 |
| Итого: | 230 000 |

***Ежемесячные затраты (средние показатели)***

|  |  |
| --- | --- |
| **СТАТЬЯ ЗАТРАТ** | **СУММА, РУБ.** |
| Арендная плата за место | 15 000 |
| Обновление сырья и расходников | 100 000 |
| Коммунальные платежи | 2 000 |
| Заработная плата сотрудникам | 30 000 |
| Налоговые платежи | 4 000 |
| Итого: | 151 000 |

9. Считаем доходы точки “кофе с собой”

В среднем, торговая точка за 10 часов работы способна обслужить до 200 посетителей. Раскрученная точка может в день принимать и 250 заказов. В первые месяцы мы вряд ли получим такую посещаемость, поэтому в расчете доходов будем учитывать 100 посетителей в день.

Средний чек – 80 руб. Из этой цены примерно 30 руб. приходится на себестоимость кофе.

Тогда получим следующие показатели:

* Выручка: 100×80×30 дней = 280 000 (руб. в месяц);
* Себестоимость: 100×30×30 дней = 90 000 (руб. в месяц);
* Прочие расходы: 51 тыс. руб. в месяц
* Чистая прибыль: 280 000 – 90 000 – 51 000 = 139 000 (руб.).
* Рентабельность бизнеса: 60%
* Срок окупаемости вложений: 3-6 месяцев.

Чтобы кофейная точка приносила прибыль с первых месяцев открытия, лучше открываться осенью. Продажа кофе, все-таки, сезонный бизнес, который популярен в холодное время года. Но не стоит закрывать торговую точку на лето. Добавляем в меню различные коктейли на основе кофе (например, фраппучино). Сегодня сформировалась такая культура потребления кофейных напитков, что многие пьют его ежедневно.

10. Предупреждаем риски, решаем сложности

Составляя свой бизнес-план, обязательно думаем, какие риски характерны для нашей деятельности. Предупреждать риски значительно дешевле, чем переживать их последствия. На что нужно обратить внимание:

* **Сезонность.** Как уже говорилось выше, кофе – сезонный продукт, наиболее актуальный осенью и зимой. Учитываем это при планировании открытия и в формировании ассортимента. Сделаем летние акции, обновим меню сезонными предложениями, чтобы обеспечить летние продажи;
* **Поиск поставщиков.** Найти поставщика кофейных зерен – не проблема. Намного сложнее выбрать поставщика дополнительных товаров: выпечки, пончиков и т.д. Причина в том, что дополнительные товары должны стоить меньше или не намного дороже, чем напиток. И довольно сложно найти тех, кто сможет поставлять выпечку небольшими партиями да еще по низкой цене;
* **Расположение.** Неправильно выбранное расположение может сильно отразиться на объеме выручки. Исправить эту ошибку рекламой не получится. Поэтому лучше на начальном этапе подойти ответственно к выбору локации;
* **Действия конкурентов.** В своих планах мы можем учесть расположение конкурентов, но не их реакцию. А они способны навредить нашему бизнесу: снизить цены, предложить выгодную акцию и увести от нас клиентов. Также следует помнить о такой категории конкурентов, как мобильные кофейни. Мы не можем предугадать, на каком перекрестке они решат торговать завтра. И есть вероятность, что они разместятся рядом с нами. В самых хлебных местах нередко можно встретить несколько кофейных точек подряд. Так что это не «мания преследования», а частый случай на этом рынке. Как бороться? Нам помогут качественная продукция, выгодное предложение, быстрое обслуживание, грамотная маркетинговая стратегия.